

NOPAR INTERNATIONAL GMBH

# DAS BLEIBT HAFTEN

Die NOPAR International GmbH hat es sich zur Aufgabe gemacht, innovative Klebe- und Haftprodukte – einst entwickelt als Schutzfolie für die Automobilindustrie – auf den Markt zu bringen. Die Kernprodukte haften dank elektrostatischer Ladung oder durch einen besonderen Kleber auf vielzähligen Oberflächen.

Hier dreht sich alles um Kleben und Haften: Die NOPAR International GmbH hat sich auf die Herstellung und den Vertrieb von Medien für die Druckindustrie, die Werbetechnik sowie den Moderations- und Präsentationsmarkt spezialisiert. Das Kerngeschäft lässt sich in zwei Produktgruppen untergliedern, rückstandsfreies Kleben und elektrostatische Folien. Die Idee beziehungsweise die Basis für die heutige Produktpalette des Unternehmens entwickelte NOPAR-Geschäftsführer Stefan Schmitt bei seinem früheren Arbeitgeber. Dort entwarf er zusammen mit einem anderen Experten eine Schutzfolie für Neuwagen. Für den Transport wurden die Autos früher mit einer Wachsschicht geschützt. Diese wieder zu entfernen und zu entsorgen war jedoch aufwendig. Schmitt und sein Kollege entwickelten eine Schutzfolie, oder auch Wachssersatzfolie, die leichter zu entfernen sowie zu entsorgen war, und gleichzeitig um ein 10-Faches günstiger. „Damit das funktioniert, haben wir einen speziellen Kleber entwickelt. So konnte die Folie rückstandsfrei wieder entfernt werden, ohne den Lack zu beschädigen“, erzählt Schmitt. So hatte er schließlich die Idee, dass



Geschäftsführer Stefan Schmitt hat das Unternehmen 2003 gegründet.



im Sinne von Umweltschutz“, erzählt Schmitt. Die Folien könnten recycelt werden und dadurch, dass sie leichter entfernt werden können, lasse sich beispielsweise bei der Reinigung Wasser sparen.

## WELTWEIT AKTIV

Bei der zweiten Produktgruppe, Folio Contact, dreht sich alles um Elektrostatik und ums Haften. Auf die Technik, die dahintersteckt, hat NOPAR das Patent. Zur Produktgruppe zählen unter anderem die Haftnotizen Simply Notes und die Folio Contact Whiteboard Erasable, eine elektrostatisch haftende Folie zur Beschriftung mit trocken abwischbaren Whiteboard-Markern. Folio Contact lässt sich ähnlich verwenden wie ein Flipchart, ein Whiteboard oder eine Pinnwand, ist jedoch gleichzeitig mobiler, da die Folien auf zahlreichen Untergründen haften, von dort rückstandsfrei entfernt und an anderer Stelle wieder angehaftet werden können.

„Bei elektrostatischen Folien für den Bürobereich sind wir Weltmarktführer.“ Zu 70 Prozent beliefert NOPAR dabei OEM (Original Equipment Manufacturer), auch Markenartikler, wie Edding oder Leitz. Die restlichen 30 Prozent werden direkt vertrieben, beispielsweise über Amazon oder Ebay. „Unser Absatz über Amazon hat in den letzten fünf Jahren kontinuierlich zugenommen und wir verzeichnen über die Plattform aktuell einen sechsstelligen Umsatz“, berichtet Schmitt. Auch international baute das Unternehmen die Zusammenarbeit mit Amazon aus, etwa in Japan. In anderen Ländern – Australien, Südafrika oder Japan – arbeitet NOPAR mit Logistik- und Vertriebspartnern vor Ort zusammen.

„In den letzten Jahren sind wir immer zweistellig gewachsen und nun werden wir zur Jahresmitte bereits den Vorjahresumsatz erreicht haben“, berichtet Schmitt. Am Hauptsitz in Bremen arbeitet das Unternehmen aktuell mit drei Mitarbeitern im Büro und drei Mitarbeitern in der Konfektion. Nach weiteren Angestellten werden jedoch aktuell die Augen offen gehalten. In der Produktion seiner Produkte arbeitet NOPAR mit Partnerunter-

dieses Verfahren auch in anderen Bereichen Anwendung finden könnte – etwa bei Aufklebern für Waren. Mit einer innovativen Etikettenfolie würden sich Konsumenten auch nicht mehr über hinterlassene Rückstände ärgern müssen.

Im Jahr 2001 gründete Schmitt dann unter dem Dach seines damaligen Arbeitgebers, des Verpackungsherstellers Nordenia, die Nordenia Office Promotion and Art GmbH. Zwei Jahre später vollzog er, auch mithilfe der Wirtschaftsförderung Bremen als Beteiligungspartner, den Management-Buy-out. So gilt

der 1. Juli 2003 als Gründungsdatum der NOPAR International GmbH. Gerade am Anfang war es laut Schmitt keine einfache Zeit. „Bei einem solch extrem neuen Produktsystem braucht es seine Zeit, bis eine Marktdurchdringung erreicht ist.“ Doch nach viel harter Arbeit handle es sich heute um ein Erfolgskonzept.

## NEUE AUFKLEBER FÜR SUPERMARKT-KISTEN

Innerhalb der Produktgruppe des innovativen Klebens und der Folio-Tacklite-Familie von NOPAR stellt heute die innovative Etikettenfolie den größten Bereich dar. Hauptkunde ist die Getränkeindustrie, beispielsweise Carlsberg, Paulaner oder Astra. Das Tacklite Stick & Go Label ist ein umweltverträgliches Polypropylen-Medium, das kurz bis mittelfristig auf glatten Oberflächen haftet. Einsetzbar beispielsweise an Bierkästen, da sich die Folie rückstandsfrei entfernen lässt und maschinell abwaschbar ist. „In diesem Bereich sehen wir ein nachhaltiges Wachstum, da kein Wettbewerber bisher unser Produkt nachmachen konnte“, betont Schmitt.

Der zweitgrößte Bereich ist die Werbetechnik. So ist Tacklite Stick & Go Offset-Media mit einer speziell entwickelten Haftschicht für kurz- und mittelfristige Applikationen auf allen glatten Oberflächen geeignet, beispielsweise zur Beschriftung von Fahrzeugen und Metallfassaden. Zu guter Letzt stellt die Fotografie den kleinsten Bereich dar. Bei Tacklite Photo Stick & Go handelt es sich um ein Produkt, das als Fotodruckmedium einsetzbar ist und auf allen glatten Oberflächen haftet. Eingesetzt werden kann das Produkt sowohl von Privatanwendern als auch von Profifotografen. Mit einem Inkjet-Drucker können die Folien, die es in verschiedenen Formaten wie DIN A4 oder DIN A3 gibt, bedruckt werden. Als Haftmittel für alle Tacklite-Produkte dient eine auf Synthesekautschuk basierende Beschichtung, die es ermöglicht, dass die Folien rückstandsfrei entfernt werden können.



Produkte wie das Tacklite Stick & Go Label werden vor allem für die Beklebung von Getränkeboxen verwendet.

Der Geschäftsführer berichtet weiter: „Beruhend auf der Klebstofftechnik haben wir uns das Ziel gesetzt, noch weitere Marktsegmente zu erschließen.“ So beispielsweise die Beschriftung von sogenannten Mehrwegbehältern, die von Zentralagern aus an einzelne Supermärkte verschickt werden. Der Barcode dieser Behälter befindet sich gemäß Schmitt aktuell noch auf Papieretiketten. Müssen diese allerdings von einer Kiste entfernt werden, damit ein neuer Barcode Platz findet, gestaltet sich dies aufwendig. Meist bleiben unschöne Klebereste zurück.



Hergestellt werden neben Notizzetteln unter anderem kleinere Folien, die zur Prozessvisualisierung genutzt werden können.

„Nun wurden wir mit dem Projekt beauftragt, mit unseren Produkten ein neues Beschriftungssystem für diese Behälter zu entwickeln.“ Dabei handle es sich um ein großes Vorhaben, denn alle Supermärkte betreffe diese Problematik. „Dieser Auftrag zeigt uns auch, dass wir auf dem richtigen Weg waren und sind. Wir treffen den Nerv der Zeit, auch

nehmen in ganz Deutschland zusammen: Die Folie kommt aus Bayern, der Druck wird in Franken gemacht, die Konfektion unter anderem in Niedersachsen, die Notes werden in Hessen geschnitten und in Bremen ionisiert sowie verpackt. Das oberste Gebot ist dabei laut Schmitt: „Qualität ist, wenn der Kunde zurückkommt und nicht das Produkt.“



Die Folio-Contact-Produkte haften auf vielen Untergründen elektrostatisch – nach dem Glattstreichen kann direkt mit dem Beschriften begonnen werden.



Um eine elektrostatisch haftende Polypropylen-Folie handelt es sich auch beim Folio Contact Blackboard. Diese kann unter anderem mit wiederabwischbaren Window-Markern beschriftet werden.